



Sechs wertvolle Tipps für den Apothekenverkauf

Wer geplant vorgeht, kommt besser ans Ziel

1. Halten Sie Ihre Verkaufsabsichten geheim!
2. Bereiten Sie sich und Ihre Apotheke/n frühzeitig auf den Verkauf vor!
3. Analysieren Sie den Markt und Ihre Rolle darin!
4. Lassen Sie einen am Markt erzielbaren Kaufpreis ermitteln!
5. Definieren Sie die Anforderungen an Ihren Wunschkäufer!
6. Setzen Sie auf die „Drei-Interessenten-Strategie“!

Sie legen Wert auf einen möglichst diskreten und professionellen Verkaufsablauf? Dann können Ihnen die nachfolgenden Tipps eine wertvolle Hilfestellung bieten.

1. Halten Sie Ihre Verkaufsabsichten geheim!

Verschwiegenheit und Diskretion sind das A und O. Ein inflationärer Umgang mit dem Verkaufsvorhaben wirkt sich in nahezu allen Fällen negativ auf den Kaufpreis aus.

Geben Sie das Zepter der Geheimhaltung niemals aus der Hand. Sie allein müssen darüber bestimmen, wer von Ihrem Verkaufsvorhaben erfährt und wer nicht.

Wenn sich Ihre Veräußerungsabsichten unkoordiniert herumsprechen, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass früher oder später der Großhandel, Mitarbeiter, Kunden, Verordner oder Heimleitungen mit der Frage vor Ihnen stehen – „Stimmt das, dass Sie verkaufen?“ – und das im schlechtesten Fall zu einem Zeitpunkt, zu dem Sie noch gar keinen Käufer gefunden haben. Schriftliche Verschwiegenheits-/Diskretionserklärungen sind gängige Praxis und unbedingt zu empfehlen.

„ Die ersten Gespräche und Vorbereitungen sollten optimalerweise zwei Jahre vor dem gewünschten Übergabetermin erfolgen. „

2. Bereiten Sie sich und Ihre Apotheke/n frühzeitig auf den Verkauf vor!

Zeitdruck ist kein guter Berater.

Häufig tragen sich Apotheker:innen über mehrere Jahre mit dem Abgabedanken – nicht selten ausgelöst durch anhaltende Personalnot und/oder Systemmüdigkeit. Warten Sie nicht so lange, bis Ihnen die Energie und/oder die Lust vollständig abhandengekommen sind. Denn das Finden Ihres Wunschkäufers, der sowohl menschlich zu Ihnen passt als auch bereit ist, Ihre (Kaufpreis-) Vorstellungen und gegebenenfalls die Ihres Vermieters zu akzeptieren, kann einige Zeit in Anspruch nehmen.

Wer unter Zeitdruck steht und verkaufen will oder gar muss, läuft Gefahr, einen niedrigeren Kaufpreis zu erzielen, als es ihm ohne Zeitdruck möglich gewesen wäre. Die ersten Gespräche und Vorbereitungen, im Hinblick auf den wohl überlegten und gut strukturierten Verkauf, sollten optimalerweise zwei Jahre vor dem gewünschten Übergabetermin erfolgen.

INFO

Die s.s.p. Wirtschaftsberatung ist LAV-Vorteilspartner! Als Mitglied des LAV Baden-Württemberg erhalten Sie einen deutlichen Preisnachlass auf den regulären Gebührensatz der Firma s.s.p..

Die aktuellen LAV-Sonderkonditionen finden Sie unter www.apotheker.de im Bereich LAV-Intern.

Nach dem Login navigieren Sie in der Rubrik LAV-Vorteilspartner zu A – wie Apothekenvermittlung. Oder geben Sie einfach den **Webcode i102046** ins Suchfeld ein.

3. Analysieren Sie den Markt und Ihre Rolle darin!

Die Nachfrage bestimmt über Kaufpreis und Zeitpunkt.

Nicht nur im Hinblick auf den erzielbaren Kaufpreis sondern auch auf den geeigneten Zeitpunkt für den Beginn der Nachfolgersuche macht es einen wesentlichen Unterschied, ob man eine Apotheke in einer nachfragestarken Region anbietet oder in einem Teil Deutschlands, in welchem nur wenige Interessenten auf der Suche nach der geeigneten Apotheke sind.

Breibt man eine Apotheke in einem nachfrageschwachen Gebiet, kann sich die Suche nach einem Käufer langwierig gestalten.

Ist darüber hinaus die eigene Apotheke aufgrund der betriebswirtschaftlichen Zahlen nur inhabergeführt wirtschaftlich und demnach nicht als Filiale geeignet, vergrößert dies für gewöhnlich den erforderlichen Zeitrahmen, bis der optimale Käufer gefunden wird.

Die Nachfrageanalyse ist ein wichtiger Punkt im Rahmen der Verkaufsvorbereitungen, da hierüber der richtige Zeitpunkt für den Akquisestart bestimmt werden kann.

4. Lassen Sie einen am Markt erzielbaren Kaufpreis ermitteln...

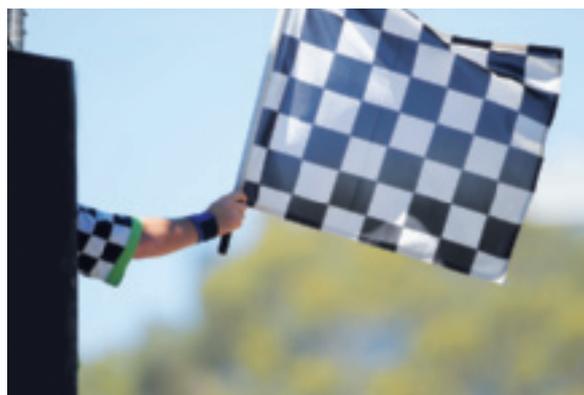
...und verstehen Sie ihn!

Es gilt der Grundsatz: Erst bewerten – dann verkaufen!

„X Prozent vom Umsatz!“ oder „Gewinn mal Y!“ So verbreitet diese Kaufpreis-Pauschalbewertungen auch sind, so wenig sind sie zu empfehlen. Das Gleiche gilt für seitenlange, meist sehr teure Gutachten, die häufig eher theoretische Werte abbilden, welche mit den realen Marktgegebenheiten wenig zu tun haben.

Ein Kaufpreis ist dann gut ermittelt, wenn er für den Verkäufer gleichermaßen nachvollziehbar ist, wie für den potentiellen Käufer. Eine marktgerechte Kaufpreisbestimmung ist optimalerweise zu ergänzen um eine Wirtschaftlichkeitsberechnung, welche aufzeigt, was einem Erwerber nach Zins- und Tilgungsbelastung unter dem Strich übrig bleibt.

Wer den Kaufpreis seiner eigenen Apotheke/n versteht, kann sich in potenzielle Käufer hineinversetzen und dadurch die Übergabegespräche souverän führen und angenehm gestalten.



5. Definieren Sie die Anforderungen an Ihren Wunschkäufer!

Gießkannenprinzip vermeiden.

Ist es Ihnen wichtig, einen Käufer zu finden, bei dem Sie Ihre Kund:innen und Mitarbeiter:innen in guten Händen wissen oder spielt der Faktor Zeit und/oder Geld eine wichtigere Rolle für Sie?

Kommen Ihre unmittelbaren Mitbewerber:innen für den Kauf in Frage oder eher nicht? Wünschen Sie sich einen Existenzgründenden oder akzeptieren Sie auch einen Filialsuchenden als Käufer:in – oder legen Sie gar auf ein bestimmtes Geschlecht oder die Herkunft wert? Je klarer Ihre Anforderungen definiert sind, desto gezielter können passende Interessent:innen angesprochen werden. Durch solch eine selektive Vorgehensweise ist die Geheimhaltung des Verkaufsvorhabens deutlich einfacher aufrecht zu erhalten, als wenn man „mit der Gießkanne“ über den gesamten Käufermarkt geht.

6. Setzen Sie auf die „Drei-Interessenten-Strategie“!

Ein guter Cowboy hat immer einen zweiten Colt im Halfter.

Da von der ersten Käuferansprache bis zur endgültigen Einigung mehrere Wochen – in manchen Fällen Monate – vergehen können, ist es nicht ratsam, auf nur einen Kaufinteressenten zu setzen. Denn in manchen Fällen findet der Käufer während der Verhandlungsphase ein vermeintlich besseres Angebot oder bekommt kurz vor Kaufvertragsunterzeichnung „kalte Füße“. Wer mit mehreren Interessent:innen parallel verhandelt – im Optimalfall sind es drei ernsthaft interessierte Kolleg:innen – stabilisiert seinen Kaufpreis und verringert das Risiko, nach Wochen oder Monaten der Gespräche mit der Käufersuche von vorn beginnen zu müssen.

„ Wer mit mehreren Interessent:innen parallel verhandelt, stabilisiert seinen Kaufpreis. „



Stefan Burr,
s.s.p. Die Apothekenvermittler

Anzeige

s.s.p.
Die Apothekenvermittler.

„Wissen Sie, was Ihre Apotheke wert ist?
Wir sagen es Ihnen!“

Bernd Schubert
Gesellschafter-Geschäftsführer
Tel.: 0911 / 8 01 28 - 50
bernd.schubert@ssp-online.de

s.s.p. Die Apothekenvermittler | Kohlenmarkt 2 | 90762 Fürth | www.ssp-apothekenvermittler.de